



FICHA TÉCNICA



NOMBRE DEL CURSO:

COMERCIO ELECTRÓNICO

DURACIÓN DEL CURSO:

La duración del visionado y comprensión, para un alumno de tipo medio, será de 25 horas. El Centro de Formación podrá ampliar su duración con sus propios ejercicios y prácticas.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS:

El citado curso contiene 381 escenas con diseño gráfico, vídeos de animación, textos locutados por profesionales de radio y TV, posibilidad de impresión en 4 formatos diferentes (textos y diseños gráficos).

MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

Este curso puede ser ejecutado en Red Local para acciones Presenciales y en Cd-Rom para Distancia/Teleformación.

OBJETIVOS:

Recomendación previa: Es interesante y aconsejable estudiar previamente el Curso de INTERNET.

El objetivo de este curso es motivar a las empresas que se incorporen a este imparable medio tecnológico como medio para aumentar sus ventas, visionar publicidad de sus productos y servicios durante 24 horas al día los 365 días del año y ser visto por nuevos proveedores.

Conoceremos las diferentes clases de comercio electrónico, las ventajas que supone el comercio electrónico en la empresa, perfiles y lugares de compra, medios de pagos, fiscalidad, seguridad, aspectos legales, estadísticas y las claves para el éxito del comercio electrónico.

En resumen, este curso nos iniciará en los nuevos canales de comercialización que deberán utilizar todas las empresas, incluso las pequeñas.

CONTENIDO DEL CURSO:

INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

- Definición de Comercio Electrónico

CATEGORÍAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

- B2B: Business to Business= Comercio Electrónico entre empresas
- B2C: Business to Costumer= Comercio Electrónico entre la empresa y el consumidor

¿QUÉ APORTA EL COMERCIO ELECTRÓNICO A LA EMPRESA?

- Mejoras en la distribución
- Comunicaciones de Mercadeo

APLICACIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA EMPRESA

DESARROLLO AMPLIADO B2C

- Cifra de Comercio Electrónico B2C en España
- Internautas y conexión a Internet
- El perfil del Internauta
- Compras a través del móvil

INTERNAUTAS COMPRADORES Y NO COMPRADORES

- Perfil de internauta comprador
- Lugar de compra en Internet
- Compras en Internet por tipo de Producto/Servicio
- Gastos en las compras por Internet
- Forma de pago utilizada
- Razones de compra por Internet
- Compras a compañías extranjeras
- Fuentes de información para las compras por Internet
- Lugares de Compra en Internet
- Satisfacción con las compras en Internet
- Información Comercial no deseada
- Internautas no Compradores
- Razones para no comprar en Internet
- Actitud ante la compra futura
- Internet como fuente de información

VENTAJAS E INCONVENIENTES DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN INTERNET

- Ventajas para los Clientes
- Ventajas para las Empresas
- Inconvenientes de Comercio Electrónico en Internet

¿CÓMO ESTAR PRESENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO?

MEDIOS DE PAGO

- Tarjetas inteligentes
- Monederos electrónicos
- Dinero electrónico

FISCALIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

- Imposición directa
- Imposición indirecta
- Perspectiva española

SEGURIDAD EN LA RED

- Acceso no autorizado de datos
- Los virus
- Interceptación de mensajes
- Suplantación
- Firma electrónica no avanzada
- Firma electrónica avanzada
- Firma electrónica avanzada con eficacia jurídica
- Protocolos de seguridad
- SSL
- SET

ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

- Ámbito Español
- Ámbito Europeo
- Ámbito Internacional
- Ámbito Norteamericano

ESTADÍSTICAS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

CLAVES PARA EL ÉXITO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y RESUMEN FINAL

EJERCICIOS TOTALES DEL CURSO:

58 Ejercicios Interactivos de auto-evaluación